

– модель «подорож на автобусі» (тип транспортного засобу - автобус);

– спортивна модель, в тому числі екстремальний автотуризм, джипінг тощо (тип транспортного засобу - спеціально оснащені транспортні засоби класу «всюдихід»).

Кожна з вищенаведених моделей може виступити основою проектування організаційно-економічного механізму формування туристських автокластерів з точки зору цільового сегмента автотуристів. У типовій концептуальній моделі представлено взаємодію таких елементів автомобільного туризму, як безпосередньо споживач (турист), автотransпортний засіб (АТЗ), туристські ресурси, інфраструктура (в першу чергу, дорожня і туристська), наявний туристський продукт, організатори туризму, державні інститути і, як підсумок, враження від автоподорожі. Кожен з елементів концептуальної моделі з'єднаний з іншими через певні процеси: ті, що впливають і ті, що визначають.

Концептуальна модель характеризує механізм формування подорожі під впливом різних елементів автомобільного туризму і визначальних чинників. Дана концептуальна модель є моделлю прийняття рішення про автоподорож на основі взаємодії основних процесів типової концептуальної моделі.

В цілому, концептуально визначаючи описані моделі, можна розробляти регіональні програми розвитку автотуризму, спрямовані на реальні соціально-економічні результати, такі, що дозволяють підвищити рівень транспарентності надходження і витрачання бюджетних коштів.

1. Колонтаєвський О. П. Напрями розвитку ринку внутрішнього туризму України / О. П. Колонтаєвський, Д. О. Шаповаленко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2017. – № 2. – С. 164–171.

2. Нюпик К. Автотуризм набирає обертів / К. Нюпик // Фінансові послуги. – 2016. – № 1. – С. 4–6.

3. Грищук О. К. Обґрунтування використання інноваційних маркетингових інструментів у сфері автомобільного туризму / О. К. Грищук, А. М. Тищенко // Економіка та управління на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 45–57.

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ М. ХАРКІВ

Сидора Ю.В.

Науковий керівник – Полчанінова І.Л., канд. екон. наук, доцент

Управління сучасними організаціями має бути проблемно-орієнтованим і спиратися на управління ресурсами, шукати джерела розвитку ресурсного потенціалу не тільки в зовнішньому середовищі, а

й у вдосконаленні внутрішнього середовища, організаційної культури і ділової репутації [1]. Сучасні наукові дослідження управління ресурсами зосереджені переважно в області промислового виробництва. Недостатньо глибоко вивчено управління ресурсним потенціалом організацій сфери послуг як фактора, що в значній мірі визначає якість і ефективність діяльності організацій, зокрема ринку готельних послуг.

Мета роботи – уточнити склад ресурсів організацій ринку готельних послуг і поняття ресурсного потенціалу на підставі вивчення та аналізу теоретичних положень формування і управління ресурсами в сучасних умовах.

До основних тенденцій розвитку ринку готельних послуг м. Харків віднесено: реконструкцію готелів старої споруди, зростання числа малих форматів - хостелів, міні-готелів, готелів в квартирах і будівництво готелів міжнародних брендів, після введення яких номерний фонд міста може зрости більш ніж на 1 500 номерів. Прогнозується істотне зростання конкуренції до 2019 р [2]. Динамічність зміни зовнішнього середовища, ускладнення бізнес-процесів і зростаюча конкуренція на ринку готельних послуг вимагають від керівників господарюючих суб'єктів вміння бачити перспективу розвитку і приймати стратегічні управлінські рішення, засновані на комплексному і системному підході, на аналізі факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, ефективному управлінні ресурсами і потенціалом організації.

Ресурсний потенціал відображає здатність готельного підприємства залучити до обороту нові ресурси або мобілізувати наявні, визначається як різниця між максимальною і досягнутою ефективністю використання ресурсів.

Аналіз наукових досліджень дозволяє зробити висновок про те, що розглядати ресурси необхідно не просто як набір або суму елементів, а як інтеграційну сукупність, де всі ресурси взаємопов'язані і взаємозалежні, і склад їх формується з урахуванням специфіки діяльності організації. Ресурси організацій ринку готельних послуг не обмежуються тільки матеріальними, а включають і нематеріальні ресурси, успіх готельного бізнесу безпосередньо залежить від його місця розташування і популярності бренду, тому склад інтеграційної сукупності ресурсів є доцільним доповнити територіальними і репутаційними [3].

Вибір напрямку або стратегії розвитку організацій ринку готельних послуг залежить в основному від складу, структури і якості наявних ресурсів, рівня конкурентоспроможності послуг, існуючого положення на ринку і цілей організації, при цьому необхідно враховувати фактори, що впливають на варіабельність управління, які ґрунтуються на індивідуальному наборі методів, принципів і підходів.

Виходячи зі специфіки діяльності, можна виділити принципи стратегічного управління інтеграційною сукупністю ресурсів готельного підприємства - комплексності, вимірності, унікальності, ефективності, системності, послідовності, взаємозв'язку, репутаційної відповідальності та інтеграції.

На основі принципів управління ресурсами організації суб'єкт управління формує бажаний результат управлінського впливу, який визначає рівень ефективності використання ресурсів.

Організаційно-економічний механізм управління ресурсами організацій ринку готельних послуг включає інструментарій розвитку ресурсного потенціалу, систему чинників внутрішнього і зовнішнього середовища [3]. Кінцевою метою управлінського впливу є досягнення економічного і управлінського ефекту (підвищення ефективності використання ресурсів, збільшення прибутку за рахунок максимізації задоволеності клієнта, зміцнення ділової репутації, в кінцевому підсумку – зростання ринкової вартості бізнесу).

1. Асмолова І. М. Аналіз і виявлення шляхів удосконалення ресурсного потенціалу приватних готелів / І. М. Асмолова // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2011. – № 1. – С. 27–34.

2. Подлепіна П. О. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства в Харківській області / П. О. Подлепіна, О. В. Євтушенко, І. А. Чуєнко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2017. – Вип. 6. – С. 191–197.

3. Свиридов Д. Є. Аналіз і виявлення шляхів удосконалення ресурсного потенціалу приватних готелів [Електронний ресурс] / Д. Є. Свиридов. // Технології та дизайн. – 2015. – № 3. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2015_3_18

РЕКРЕАЦІЙНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

Юсупова А.М.

Науковий керівник – Полчанінова І.Л., канд. екон. наук, доцент

Сьогодні якість задоволення рекреаційних потреб виступає індикатором рівня розвитку суспільства, зрілості його соціальної сфери, а розвиненість індустрії туризму – показником соціального благополуччя, стабільного джерела доходів для національної економіки, ефективного інструменту формування сприятливого іміджу країни, що підтверджується досвідом США, Канади, Китаю, Японії, а також провідних європейських країн, активно позиціонують себе на ринку туріндустрії, в тому числі в лікувально-оздоровчій сфері [1].

Багатогранність і похідна від неї міждисциплінарність досліджуваної в даній роботі проблематики сформували досить широкий прос-